INTERSPORT
HÁTTÉRANYAG

2007. március 7.

INTERSPORT Magyarországon

Az INTERSPORT sporttermék-kereskedelmi hálózat célja, hogy 2010-re piacvezető legyen Magyarországon. A magyarországi tevékenység irányításával a szervezeten belül az osztrák vállalatot bízták meg. Az INTERSPORT Ausztria a világ 32 országában jelen lévő társulás egyik legsikeresebb egységének számít, amely Magyarország mellett Csehországért és Szlovákiáért is felel. Az első INTERSPORT-telephely megnyitására Nagykanizsán került sor 2006. október 26-án. A második sportkereskedést november 30-án Veszprémben adták át, míg az INTERSPORT pécsi áruháza december 7-én nyitotta meg kapuit. Az eddigi legnagyobb áruházat Budaörsön, 2007. március 8-án adták át a nagyközönségnek.

A tervek szerint egész évben folytatódik az áruháznyitások sora, szinte havonta létesülnek INTERSPORT-üzletek Magyarországon. Minden megyeszékhelyen lesz majd INTERSPORT-áruház, s 2007 végéig már tíz szaküzlet kínálatából válogathatnak a sportolni vágyók.

Az 1.000 és 2.500 négyzetméter között mozgó alapterületű üzletek kínálatában világmárkák és sajátmárkás termékek is megtalálhatók. Az alkalmazottak száma alapterülettől függően 20-30 fő. Az INTER-SPORT-hálózat üzleteit a tervek szerint magyar és osztrák vállalkozók üzemeltetik majd franchise-szerződések alapján.

Ausztria legnagyobb és legsikeresebb sportcikk-kereskedelmi vállalata

Ausztriában az INTERSPORT több mint negyven éve piacvezetőnek számít: naponta 40.000 vevőt szolgál ki és több mint egymillió bejegyzett törzsvásárlóval rendelkezik. 1963-ban néhány közepes nagyságú sportcikk-kereskedő INTERSPORT Österreich néven beszerzési társulást hozott létre. Ez a cég megalakulása óta a cég nemzetközi szervezete, az INTERSPORT International Corporation résztulajdonosa is.

Piaci részesedés az osztrák sportcikk-kiskereskedelemben

INTERSPORT	**34,0 %**
Ágazaton kívüli szereplők	26,6 %
Sport 2000	16,3 %
Hervis	11,7 %
Egyéb sportkereskedő	7,1 %
Gigasport	4,4 %

Forrás: RegioPlan; piaci értékelés a 2004/2005 üzleti évre vonatkozóan

Megalapítása óta az INTERSPORT-csoport Ausztriában piacvezető lett. Ausztria legnagyobb és legsikeresebb sportkereskedelmi vállalatának összesen 140 tagja és partnere van, akik 280 üzletet üzemeltetnek több mint 220 ezer négyzetméter összterületen. A vállalkozói csoport közel 5.000 munkavállalót foglalkoztat és stabil növekedésével a gazdasági élet egyik fajsúlyos szereplője Ausztriában. Az elmúlt üzleti évben (2005/2006) az osztrák INTERSPORT árbevétele elérte a 643 millió eurót (2004/2005: 575 millió euró).

34 országban összesen 4.850 INTERSPORT-üzlet

A berni székhelyű INTERSPORT International Corporationt (IIC) 1968-ban tíz európai beszerzési társaság alapította (az alapító tagországok: Ausztria, Németország, Franciaország, Norvégia, Svájc, Svédország, Belgium, Dánia, Olaszország és Hollandia). A hálózat a világ harmincnégy országában van jelen több mint 4.850 sportüzletével, amelyekben 45 millió vásárlót szolgál ki. Az INTERSPORT 7,7 milliárd eurós (közel 2.000 milliárd forintos) éves forgalmával a világ legnagyobb sportcikk-kereskedelmi szervezetének számít.

Az INTERSPORT International szervezeti felépítése egyszerű: az INTERSPORT-üzletek tulajdonosai egyben tagjai a saját nemzeti

INTERSPORT-szervezetnek, amely az INTERSPORT International Corporationhez tartozik.

Az INTERSPORT nemzeti szervezetek:
Andorra ● Ausztria ● Belgium ● Bosznia és Hercegovina ● Bulgária ● Csehország ● Dánia ● Finnország ● Franciaország ● Görögország ● Hollandia ● Horvátország ● Írország ● Izland ● Kanada ● Lengyelország ● Liechtenstein ● Luxemburg ● Magyarország● Nagy-Britannia ● Németország ● Norvégia ● Olaszország ● Oroszország ● Románia● Spanyolország ● Svájc ● Svédország ● Szerbia és Montenegro ● Szlovákia ● Szlovénia ● Törökország

Optimális üzletkoncepció: cél az ügyfelek maga színvonalú kiszolgálása

Az INTERSPORT-kiskereskedelmi egységek önálló vállalkozások, amelyek a legjobban ismerik saját piacukat, s abba szervesen beágyazódva működnek. A franchise-rendszer kialakítása jelentős szabadságot és egyedi lehetőségeket garantál a kereskedőknek, mert így biztosítható a tagvállalatok elkötelezettsége, ami az INTERSPORT sikerének alapja. Nem lesz ez másképpen Magyarországon, Csehországban vagy Szlovákiában sem. Az INTERSPORT a piacbővítést szem előtt tartva folyamatosan keresi a kapcsolatot az érdeklődő franchise-partnerekkel.

Partnerei számára az INTERSPORT számos szolgáltatást nyújt: a professzionális telephelyelemzéstől valamint az üzlettervezéshez és berendezéshez kapcsolódó tanácsadástól kezdve a közös marketing- és bevált értékesítési koncepciókon keresztül a készletnyilvántartási és pénztárkezelési informatikai rendszerekig. A közös beszerzés eredményeképpen minden INTERSPORT-üzlet vásárlói több mint négyszáz márka közel 150.000 árucikkéből válogathatnak, s megismerhetik a sporteszköz- és a sportruházati terület újdonságait.

Mind a 280 INTERSPORT-szaküzletet a regionális viszonyoknak megfelelően alakították ki: nagyságuk és választékuk a regionális piactól függően változik, így könnyen alkalmazkodnak a kereslethez és a piachoz.

Következetes piacbővítés Közép- és Kelet-Európában

Az Ausztriában és más piacokon több mint negyven év alatt szerzett tapasztalatok azt mutatják, hogy a magyar, cseh és szlovák INTERSPORT-üzletek jó fogadtatásra számíthatnak. Az osztrák vállalat erre alapozza a határokon túli lendületes piacbővítést, és célja a vezető pozíció megszerzése mindhárom országban.

Magyarországon, Csehországban és Szlovákiában is az Ausztriában már bevált franchise-koncepciót alkalmazzák, a helyi piaci követelmények figyelembe vételével. Eközben az INTERSPORT Ausztriában is folytatni kívánja a növekedést, s végső soron az a célja, hogy mind a négy országban elérje illetve megtartsa a harminc százalék körüli, s ezzel vezető piaci részesedést.

Az INTERSPORT a közép- és kelet-európai országokban folyamatosan terjeszkedik: jelenleg már 25 partnere és több mint 45 üzlete van összesen 35 ezer négyzetméter összterületen.

Ötezer dolgozó: szenvedélyből hivatás

Az INTERSPORT Ausztriában, Csehországban, Magyarországon és Szlovákiában közel ötezer sportrajongónak kínál izgalmas munkahelyet és mindenek előtt lehetőséget arra, hogy a szenvedélyük váljon a hivatásukká. A magyarországi expanzió számos új munkahelyet eredményez, s az INTERSPORT kéri, hogy aki kedvet érez a belépéshez, az jelentkezzen.

Az INTERSPORT a sportszenvedély mellett minden munkatársától megköveteli a szakmai tudást és a termékismeretet, ezen kívül a folyamatosan bővülő választékkal kapcsolatos személyes tapasztalatot is. Ennek megfelelően nagy hangsúlyt fektet a munkatársak képzésére és továbbképzésére, ami a sportkereskedelmi lánc sikerének egyik döntő tényezője.

Az INTERSPORT minden munkatársát összeköti az a közös elkötelezettség, hogy a sportrajongókat egyedülálló szabadidős élményhez juttassák, és az INTERSPORT társadalmi felelősségvállalásával összhangban az embereket minél több mozgásra ösztönözzék. Ezt úgy érhetik el, hogy továbbadják másoknak a sport örömét, miközben folyamatosan a sport fejlődésének ütőerén tartják kezüket.

Nagy nemzetközi és exkluzív INTERSPORT-márkák

Az INTERSPORT-termékpolitika alapelve: erős márkák – nagy választék – a legjobb árakon. A termékpalettán megtalálhatók a sajátmárkás termékek, amelyek kiváló minőséget biztosítanak igen jó árakon, és az ismert, tekintélyes nemzetközi gyártók termékei is. A kiegyensúlyozott választék megfelel a sportrajongók magas igényeinek: az INTERSPORT szaküzletekben megvásárolhatók a legújabb fejlesztések és a nemzetközi sporttermékpiac legújabb trendjeit megjelenítő cikkek. Beszállítói és partnerei kiválasztása során az INTERSPORT komoly követelményeket támaszt a munkakörülmények és a környezetvédelem területén is.

INTERSPORT: sporthoz kapcsolódó érzelmek és a sportolás öröme

Az INTERSPORT értelmezésében a cég több mint a világ vezető sportcikk-kereskedelmi hálózata. A márkához a szakmai ismereteknél jóval több kapcsolódik: minőségi igényesség,

professzionális tanácsadás, nagyon széles választék és az ügyfelek maradéktalan kiszolgálása.

Az INTERSPORT egyszerre fejezi ki a sporthoz kapcsolódó érzelmeket és a sportolás örömét. Évtizedek tapasztalata tette a vállalatot az egészséges mozgás egyik szakértőjévé. A csoport ezen a területen nagy felelősséget érez, amely tagjaira, a nemzetközi tagvállalatokra, a szakmára és mindenek előtt a vásárlókra is kiterjed. A felelősséghez ugyanakkor üzleti értelemben vett bátorság is társul: igen széles választék mellett a legújabb trendek, s mindez meggyőző áron.

Az INTERSPORT célja, hogy sportos aktivitásra ösztönözzön, s mindenki számára elérhetővé tegye az újdonságokat. Eltökélt szándéka, hogy elősegítse az egészséges mozgás szabadidős élménnyé válását, megbízható és innovatív partner legyen minden ehhez kapcsolódó területen. Ezen elkötelezettségek tették a vállalatot teljes körű termékkínálatot és szolgáltatásokat nyújtó piaci szereplővé.

Amíg a legtöbb sportcikk-kereskedő csak sporteszközöket árul, az INTERSPORT jóval távolabbra tekint. „Haladás és inspiráció” – így hangzik az a vezérlő elv, amelynek alapján az INTERSPORT a szabadidős élmények folyamatos megújítására törekszik. Piacvezetőként az INTERSPORT társadalmi felelősségének érzi, hogy az emberek többet mozogjanak. Mindezt nem „tanító bácsisan” számonkérő módon, hanem a sporthoz kapcsolódó élmények és érzelmek kommunikációjával, amelyben mindenkinek elmondják: már egészen kicsivel több mozgás is jelentős életminőség-javulást eredményezhet.

<u>További információk:</u>
Albert Gyöngyi
Live PR
tel.: +36 (1) 225 7835
e-mail: albert@livepr.hu